
 PERPUSTAKAAN	<b>MILIK PERPUSTAKAAN</b> <b>UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA</b>
Diterima :	2005
Inventarisasi :	2803/EM/Hd.10/2005
Klasifikasi :	R/658.8343/Put/05
Selesai Diproses .:	

 PERPUSTAKAAN	<b>UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA</b> <b>FAKULTAS EKONOMI</b> Program Studi Manajemen
-----------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------

**PERILAKU BERALIH MEREK (BRAND SWITCHING)  
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK TELEPON  
SELULAR (HAND PHONE)  
DI KALANGAN MAHASISWA: STUDI KASUS MAHASISWA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)  
Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Nama : Putu Surya Purbantara  
NPM : 98 03 11080  
Prodi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
MEI, 2005**

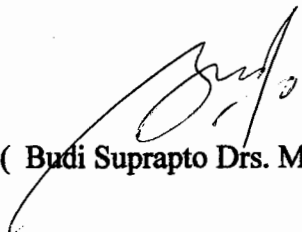
# **SKRIPSI**

**JUDUL**  
**PERILAKU BERALIH MEREK (BRAND SWITCHING) KONSUMEN**  
**DALAM PEMBELIAN PRODUK TELEPON SELULAR (HAND PHONE) DI**  
**KALANGAN MAHASISWA:**  
**(STUDI KASUS : MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA**  
**YOGYAKARTA)**

**Disusun**  
**Nama : Putu Surya Purbantara**  
**NPM : 98 03 11080**  
**Prodi : Manajemen**

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Permbimbing utama

  
( Budi Suprpto Drs. MBA. Ph. D. )

Yogyakarta , 17 April 2005

## **SKRIPSI**

**PERILAKU BERALIH MEREK (BRAND SWITCHING) KONSUMEN  
DALAM PEMBELIAN PRODUK TELEPON SELULAR (HAND PHONE) DI  
KALANGAN MAHASISWA:  
(STUDI KASUS : MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA  
YOGYAKARTA)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama : Putu Surya Purbantara  
NPM : 98 03 11080  
Prodi : Manajemen**

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal 6 mei 2005  
dan dinyatakan memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat  
Sarjana Ekonomi ( S1 ) pada program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

### **SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

  
(Drs. Budi Suprpto, MBA. Ph. D.)


**Anggota Panitia Penguji**

  
(Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA)

  
(Drs. Parnawa Putranta, MBA.)

Yogyakarta, 17 mei 2005

  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

  
(Dr. FX. Suwanto, MS)

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

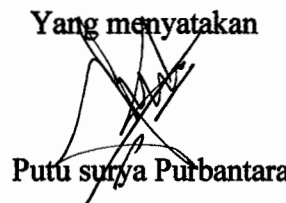
*"Perilaku Beralih Merek (Barand Switching) Konsumen Dalam Pembelian Produk Telepon Selular (Hand Phone) Di kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Atma Jaya Yogyakarta)"*

Benar-banar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun secara tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta 17 mei 2005

Yang menyatakan



Putu surya Purbantara

## **Kata Pengantar**

**Om Swastiastu,**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Sang Hyang Widhi Wasa atas berkat dan karuniaNYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat mencapai derajat kesarjanaan Strata ( S-1 ) pada jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta berupa penelitian mengenai “ Perilaku Beralih Merek (Brand Switching) Konsumen Dalam Pembelian Produk Telepon Selular (Hand Phone) di Kalangan Mahasiswa”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu terselesainya skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis berikan kepada:

1. Bapak Budi Suprpto Drs. MBA. Ph. D. selaku dosen pembimbing utama yang senantiasa memberikan bimbingan dan tuntunan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
2. Bapak DR, Fx Suwanto, MS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya
3. Bapak Drs A. Dedy Handrimurtjahjo MBM selaku Kepala Jurusan Manajemen
4. Bapak dan Ibu serta segenap anggota keluarga yang senantiasa memberikan dukungan doa, semangat , dan dorongan yang membantu upaya penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Hesty seseorang yang telah memberikan semangat dan dukungan.

6. Leo atas diskusi dan masukannya
7. Teman dan sahabat dimanapun berada yang selalu memberikan bantuan dan motivasinya.
8. Anak-anak kontrakan Putra Loka yang telah memberikan warna lain bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik dari semua pihak sangat diharapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkannya.

Yogyakarta

Penulis

( Putu Surya Purbantara )

## MOTTO

*"BERKAH-MU MELIMPAH KE SEMUA ORANG  
YANG BURUK DAN YANG BAIK, YANG INDAH DAN YANG JELEK,  
YANG TULUS DAN YANG TAK BERNILAI,  
SEMUA SAMA!"*

*"DALAM BAHASA MANUSIA KITA SENANTIASA OMONG KOSONG.  
KITA SELALU MESTI BERCERITA PANJANG LEBAR MENGENAI SEGALANYA.  
KITA MESTI MEMBANDINGKAN , KITA MESTI MENILAI, KITA MESTI  
MENGIDENTIFIKASI,  
NAMUN, YANG MUTLAK, JIKA ITU YANG BENAR-BENAR MUTLAK,  
ANDA BAHKAN TIDAK DAPAT MEMBICARAKANNYA.  
ANDA BAHKAN TIDAK DAPAT MEMIKIRKANNYA.  
ANDA TIDAK DAPAT MEMBAYANGKANNYA."*

*"JANGAN PERNAH BERHENTI UNTUK BERPICIR AKAN SESUATU YANG  
BESAR, JANGAN PERNAH BERHENTI UNTUK BERKARYA, AMALKANLAH ILMU  
YANG DIDAPAT UNTUK DIRUMU DAN ORANG LAIN"*



## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Halaman Motto.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Lampiran-lampiran .....	xii

## BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Batasan Masalah.....	6
1.6. Metode Penelitian.....	8
1.6.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.6.2. Populasi dan Sampel.....	8
1.6.3. Metode Pengumpulan Data.....	10
1.6.4. Metode Analisis Data.....	11
1.6.4.1. Pembentukan Model Penelitian dan Hipotesis.....	11
1.6.4.2. Uji Validitas dan Realibilitas.....	14

1.6.4.2.1. Uji Validitas.....	14
1.6.4.2.2. Uji Realibilitas.....	15
1.6.4.3. Analisis Faktor Konfirmasi.....	16
1.7. Sistematika Penulisan.....	21

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1. Teori Loyalitas.....	23
2.1.1. Kepuasan, Loyalitas Merek, dan Perilaku Berganti Merek.....	24
2.1.2. Loyalitas Merek.....	26
2.2. Kepuasan konsumen.....	28
2.2.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	29
2.2.2. Kepuasan dan Perilaku Mengulangi Pembelian.....	30
2.2.3. Kepuasan dan Loyalitas Merek.....	32
2.3. Himpunan Pertimbangan ( <i>Consideration Set</i> ).....	33
2.3.1. Pengertian Dasar.....	34
2.3.2. Sumber Pembentukan Perangkat Pertimbangan.....	35
2.3.3. Pembentukan Perangkat Pertimbangan Konsumen.....	38
2.4. Perilaku Berganti Merek.....	41
2.4.1. Teori Pembelian Konsumen.....	42
2.4.2. Tahapan Pembelian dan Perilaku Berganti Merek.....	44

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Bentuk Penelitian.....	49
3.2. Populasi dan Metode Sampling.....	52
3.2.1. Penentuan Pupulasi.....	52
3.3.2. Penentuan Desain Sampel.....	53

3.3. Metode Pengumpulan Data.....	57
3.4. Metode Analisis Data.....	59
3.4.1. Pembentukan Model Teoritis.....	60
3.4.2. Pembentukan Diagram Jalur.....	61
3.4.3. Menilai Identifikasi Model Struktural.....	63
3.4.4. Menentukan Nilai Kriteria Goodness-of-fit.....	64
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Instrumen Penelitian.....	74
4.2. Kesesuaian Sampel.....	73
4.3. Pengujian Hipotesis.....	74
4.4. Pembahasan.....	75
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan.....	76
5.2. Saran.....	79
5.2.1. Keterbatasan Penelitian.....	80
5.2.2. Kelemahan.....	80
5.2.3 Saran untuk dimasa mendatang.....	80
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Perbedaan Desain Sampel Probabilitas dan Non-Probabilitas.....	49
Tabel 3.2. Pembentukan Model Persamaan Struktural Berdasarkan Diagram Jalur.....	56
Tabel 4.1. Hasil Uji Instrumen.....	65
Tabel 4.2. Hasil Goodnes Of Fit.....	66
Tabel 4.3. Ringkasan Hasil Pembuktian Hipotesis.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Model Pembentukan Ukuran Himpunan Pertimbangan.....	12
Gambar 2.1. Pembentukan Perilaku Berganti Merek Berdasarkan Pendekatan Kepuasan-Loyalitas.....	23
Gambar 2.2. Pembentukan Loyalitas Berdasarkan Reputasi Merek.....	25
Gambar 2.3. Ilustrasi Kepuasan Berdasarkan Perilaku Mengulangi Pembelian...	29
Gambar 2.4. Pembentukan Perangkat Pertimbangan.....	36
Gambar 2.5. Model Lima Tahap Proses Pembelian.....	41
Gambar 3.1. Model Pembentukan Ukuran Himpunan Pertimbangan.....	54
Gambar 5.1. Hasil Pengujian Model Pembentukan Ukuran Himpunan Pertimbangan.....	71

**LAMPIRAN 1**

**LAMPIRAN 2**

**LAMPIRAN 3**

